

Productividad científica en España sobre las profesiones de comunicación entre 1971 y 2009

Sonia López-Berna*, Natalia Papí-Gálvez*, Marta Martín-Llaguno*

Resumen: A la luz de la Convergencia Europea, los títulos de grado en comunicación elaborados en España están fundamentados en las competencias requeridas para el ejercicio de cada una de las profesiones. Es necesario, pues, analizar al profesional de la Publicidad y las Relaciones Públicas, del Periodismo y de la Comunicación Audiovisual.

Este trabajo pretende conocer los estudios de investigación centrados en este tema. Realiza una revisión sistemática de los artículos, libros y tesis doctorales sobre las profesiones de comunicador desde la década de los setenta hasta 2009, en las bases de datos ISOC, ISBN y TESEO. Extrae indicadores bibliométricos y sigue los criterios de evaluación mantenidos por la CNEAI (Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora) y la ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación) para valorar las investigaciones.

Los resultados muestran que es la firma del Plan Bolonia lo que parece iniciar un ciclo de atención hacia las profesiones de comunicación. Periodismo es la profesión más estudiada. La mayoría de los estudios no cumplen con los criterios de calidad de las agencias evaluadoras.

En conjunto, se observa la necesidad de aumentar la cantidad y la calidad de las investigaciones para realizar planes de estudios «basados en evidencia», así como la pertinencia de fortalecer la formación de los investigadores en la metodología de la investigación social.

Palabras clave: Investigación en comunicación, ejercicio profesional, formación universitaria, revistas científicas, evaluación de la investigación

Scientific productivity in Spain concerning communications-related professions between 1971 and 2009.

Abstract: In light of European Convergence, communications degrees offered in Spain are now based on the acquisition of competencies required for professional practice. This has created the need for a thorough analysis of professional profiles related to the fields of Advertising and Public Relations, Journalism, and Audiovisual Communication.

This work purports to identify existing research studies focused on this subject. For this study we have carried out a systematic review of articles, books and doctoral theses dealing with communications-related professions that have been indexed in the

* Universidad de Alicante, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Dpto. de Comunicación y Psicología Social. Correo-e: sonia.lopez@ua.es.

Recibido: 29-09-2010; 2.ª versión: 26-01-2010; aceptado: 03-02-2010.

databases of ISOC, ISBN and TESEO from the 1970s through 2009. We have extracted bibliometric indicators and adopted the evaluation criteria utilized by CNEAI (Spanish National Commission for the Evaluation of Research Activity) and ANECA (National Agency for Quality Assessment and Accreditation of Spain).

The results appear to indicate that the signing of the Bologna Declaration has drawn more attention to communications-related professions. Journalism has been the profession most specifically studied. The majority of studies across the board do not meet the quality criteria set by the evaluation agencies. Overall, we observe that there is an obvious need to improve both the quantity and quality of related research, as well as to strengthen the training of researchers in social research methodology.

Keywords: *Communication research, professional practice, university education, scholarly journals, evaluation of research activity*

1. Introducción

La reforma de los estudios universitarios para la convergencia europea (Declaración de Bolonia, 1999) ha reabierto el debate sobre los vínculos entre la enseñanza universitaria y el ejercicio profesional. El planteamiento español sostiene que la formación es un elemento clave en virtud de los mecanismos de institucionalización de toda profesión, esto es: la licencia (que consiste en el derecho exclusivo que se concede a ciertos individuos para ejercer trabajos que requieren unos conocimientos especiales y se traduce en un título académico) y la potestad (que se deriva de la identidad y solidaridad del cuerpo profesional que abarca a las personas que poseen el mismo título o licencia) (Hughes, 1971). Así, los estudios universitarios deben contemplar las competencias específicas por titulación que necesitan adquirir los profesionales del Periodismo, Publicidad-Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual. Este planteamiento difiere del sostenido en otros países de Europa, como Francia o el Reino Unido, en los que se ofertan títulos más generalistas. Los autores del Libro Blanco (ANECA, 2004) consideran que estos países tienen un menor avance en la profesionalización de las actividades comunicativas, donde el Periodismo, la Publicidad y las Relaciones Públicas, o la Comunicación Audiovisual, no constituyen una profesión en sí, sino ocupaciones a la que se accede sin acreditar una titulación académica específica (Real, 2003). En este contexto, es necesario concretar qué es un periodista, un publicitario, un profesional de las Relaciones Públicas, o de la Comunicación Audiovisual en España. La comunidad científica puede proporcionar respuestas a través de la investigación. Emerge pues la pertinencia de un artículo de revisión para conocer la producción científica en torno a las profesiones vinculadas a la comunicación social.

El artículo de revisión es un estudio en el que se recopila, analiza, sintetiza y discute la información publicada sobre un tema, que puede incluir un examen crítico (Cué Brugueras y otros, 1996). La calidad de la revisión dependerá de factores tales como: la formulación de la pregunta de investigación, la realización

de una búsqueda exhaustiva, los criterios de inclusión y la valoración crítica de los resultados (JBIBENM, 2001). En esta última parte, toman relevancia los criterios de medición de la calidad del conocimiento científico, y se aplican indicadores bibliométricos. La puesta en marcha de sistemas de evaluación del conocimiento científico (Ministerio de Educación, 2009; ANECA, 2007), hace prever una eclosión de estos estudios en todos los ámbitos, también en las Ciencias Sociales.

La investigación en comunicación, enraizada en este ámbito, comparte algunos de sus atributos. Tal y como señala Nederhof (2005: 83-89) las características de la investigación social dificultan la aplicación de algunos indicadores bibliométricos tales como el número de citas para la evaluación del conocimiento científico. Los motivos son: una orientación marcadamente nacional y regional; un mayor número de libros en detrimento de los artículos; mayor antigüedad de los documentos citados y mayor vida media de las referencias; mayor propensión a la investigación individual frente a la investigación en equipo de las Ciencias Naturales, lo que deriva en una menor productividad por autor y mayor número de publicaciones no académicas. No obstante, en los últimos años, quizá porque lo demanda el sistema de evaluación de la producción científica, se observa un incremento de artículos en las Ciencias Sociales (Osca y Mateo, 2003:116).

La evaluación científica, según lo expuesto, se halla ligada a la existencia de las revistas científicas. En España, es a partir de 1971 (Jones, 1998), con la creación de las primeras facultades de Ciencias de la Información, cuando se promueven revistas enmarcadas dentro de los modelos internacionales, como «Anàlisi», «Quark» o «Zer». La etapa de consolidación de la investigación se inicia en la década de los ochenta, extendiéndose hasta mediados de los noventa. En esta última década, los noventa, aumenta el número de titulaciones universitarias, en un sistema mediático caracterizado por la diversificación en la oferta de canales de televisión y por el advenimiento de la sociedad de la información. Además, la demanda de estudios crece en la primera mitad de esta década debido a la llegada a las universidades de las últimas generaciones fruto del fenómeno social denominado «baby boom». En este momento la investigación en comunicación empieza a homologarse con los estándares internacionales (Martínez Nicolás, 2009). Jones (1998:19) afirma que la investigación en este período se centra en el «sistema mediático», lo que deriva en estudios hemerográficos, de análisis de contenido, de audiencias y de efectos de los medios. Abunda también, según Moragas (2005), las crónicas o ensayos sobre la actividad periodística descrita por los propios periodistas. Se hallan, además, obras sobre ética y derecho de la información. Desde finales de los 90 (Moragas, 2005:21) «no se dispone de información sistemática sobre los contenidos de la producción científica sobre comunicación en España».

En este contexto, el objetivo general de este trabajo es conocer el estatus de la investigación que aborda como objeto de estudio las profesiones de periodista, publicitario y/o relaciones públicas, y comunicador audiovisual en España, averiguando tanto la cantidad como la calidad de la producción científica. De forma más específica, se pretende:

1. Observar la evolución de estos estudios y conocer sus principales características, de acuerdo con los indicadores bibliométricos y los criterios exigidos por la CNEAI (Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora) y la ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación).
2. Comparar la calidad de esta producción por profesiones.
3. Explicar, a través de los datos extraídos y del marco de referencia expuesto, la posición científica de dichos estudios.
4. Detectar las prácticas que deberían ser reforzadas de acuerdo con los criterios científicos exigidos, así como los temas de investigación que podrían ser abordados en un futuro.

Se plantean las siguientes hipótesis:

H.1.: De acuerdo con la definición de profesión, los cambios significativos en la estructura del sistema educativo (aparición de las titulaciones universitarias y reformas de los planes de estudio) pueden repercutir en la licencia y en la postestad. Cabe esperar un aumento de la productividad científica sobre profesión en estos contextos de cambio.

H.2.: A partir de la revisión teórica, la investigación en comunicación ha sido especialmente fructífera desde un enfoque periodístico. Así, la mayor cantidad de investigaciones existentes deberían de centrarse en el estudio de la profesión periodística.

H.3.: Según las peculiaridades del objeto de estudio y la evolución de la investigación en comunicación, se espera que las investigaciones que abordan la profesión en comunicación no cumplan, en el sentido más estricto del término, con los criterios científicos exigidos por los organismos estatales responsables de la evaluación de la ciencia, CNEAI y ANECA.

H.4.: En términos comparativos, no se espera encontrar diferencias en los indicadores de calidad de los estudios que abordan la profesión de las diferentes titulaciones.

2. Material y métodos

Se realiza una revisión sistemática de todos los textos publicados con relación a la profesión de comunicador entre 1971 (año en el que se publica el primer trabajo en este ámbito) y 2009. Así, se examinan las revistas científicas, libros, y tesis doctorales en la base de datos ISOC de Ciencias Sociales y Humanidades del CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas) —con registros desde la década de los setenta—; en la base de datos de la Agencia Española del ISBN (desde 1972) y en la base de datos TESEO (mantenida por el Ministerio de Edu-

cación desde 1976). En todos los casos para la selección inicial de los textos se introducen los términos de búsqueda «profesión» y «periodismo»; «profesión» y «publicidad»; «profesión» y «relaciones públicas» y «profesión» y «comunicación audiovisual». Se recogen los trabajos centrados en la profesión de periodista, publicista y/o relaciones públicas y comunicador audiovisual, entendiendo éstas como «profesiones reguladas tituladas» (Ministerio de Educación, 2007).

Una vez realizada esta primera recuperación de textos, las estrategias de búsqueda secundarias varían en función del tipo de documento.

Para la artículos, la estrategia de búsqueda empleada se basa en el porcentaje de «ruido existente», entendiendo por «ruido», todos aquellos artículos que no sirven a los propósitos del estudio (Bernal, 2001). De esta forma, el porcentaje de ruido existente en las búsquedas efectuadas no debe superar el 20%, dado que, si este fuera el caso, sería necesario replantear la estrategia de búsqueda. Empleando este criterio en las búsquedas, finalmente sólo se seleccionan los artículos que responden a la utilización de las palabras clave de la tabla I y en los «campos básicos»: «título», «resumen», «identificadores» y «topónimos». El montante es de 50 artículos.

TABLA I

Artículos

Profesión	Términos de búsqueda	Registros recuperados	Registros analizados	% ruido (desestimados)
Periodismo	«Profesión» y «periodistas».	38	33	13,16
Publicidad-relaciones públicas	«Profesión publicitaria» y «publicidad» o «actividad publicitaria».	15	13	13,33
	«Profesión» y «relaciones públicas».	2	2	0
Comunicación audiovisual	«Profesional» y «comunicación audiovisual» no «periodismo».	2	2	0
Totales		57	50	12,28

Fuente: elaboración propia. Búsqueda en ISOC.

Para los libros y las tesis, el criterio del porcentaje de «ruido existente» no se puede aplicar en la estrategia de búsqueda, debido a las características intrínsecas de las bases de datos manejadas. En efecto, a diferencia de lo que sucede en ISOC, que ofrece la posibilidad al usuario de elegir entre un total de 20 filtros (entre los que se encuentran «título», «resumen», «identificadores» y «topónimos»), la base de datos ISBN sólo permite en su «búsqueda avanzada» buscar por «autor», «título», «colección» y/o «materia», siendo esta última muy genérica, tal y como se

muestra en la tabla II. Por su parte, en TESEO sólo se puede rastrear por «título», «título-resumen», «TESAURO», además de por «otros campos» como «autor», «director de la Tesis», «Universidad» o «departamento». Por tanto, los parámetros de búsqueda en estas dos bases no son precisos, con lo que las búsquedas arrojan resultados poco depurados. En este contexto, el porcentaje de ruido en las búsquedas realizadas, salvo en el caso de las tesis doctorales de Periodismo, es siempre superior al 20%, como se muestra en las tablas II y III.

Así, tratando de minimizar el «ruido» existente, en la base de datos ISBN se opta finalmente por introducir palabras clave (véase tabla II) en los campos «título» y «materia» de la «búsqueda avanzada». De los resultados obtenidos, se excluyen aquellos libros en cuyo título aparece la palabra «directorio» o «anuario». Si el título no es lo suficientemente explícito como para constatar que versa sobre profesión, se lee la obra. Tras la lectura de la misma queda excluida si se centra en aspectos tales como la industria de la Publicidad, la industria de la de la Comunicación Audiovisual o en el sistema mediático (características y/o efectos de los medios de comunicación de masas). Se analizan 31 libros.

TABLA II

Libros

Profesión	Términos de búsqueda	Registros recuperados	Registros analizados	% ruido (desestimados)
Periodismo	«Profesión» y materia: periodismo o «profesional» y materia: periodismo.	32	20	37,5
Publicidad-relaciones Públicas	«Profesional» y materia: Publicidad y propaganda. Información comercial. Relaciones públicas o «actividad publicitaria».	14	8	42,86
	«Profesión» y «relaciones públicas».			
Comunicación audiovisual	«Profesión» y «cine». «profesional» y «cine».	8	3	62,5
	«Perfiles profesionales» y materia: radio. Televisión.			
Totales		54	31	42,59

Fuente: elaboración propia. Búsqueda en ISBN.

Finalmente, para las tesis se realiza la «búsqueda avanzada» por «Título/resumen» y «palabras clave de la tesis: Tesauro». Se lee cada uno de los resúmenes, excluyendo todas aquéllas cuya temática se centra en la industria de la Publici-

dad, la industria de la Comunicación Audiovisual o en la del sistema mediático (tabla III). Se analizan 23 tesis.

TABLA III

Tesis

Profesión	Términos de búsqueda	Registros recuperados	Registros analizados	% ruido (desestimados)
Periodismo	«Periodismo», «periodistas», «periodista», «profesión», «periodística», «profesional del periodismo».	20	17	15
Publicidad-relaciones públicas	«Publicidad», «actividad publicitaria», TESAURO: «publicidad», «relaciones públicas».	19	6	68,42
Comunicación audiovisual	«Audiovisual».	5	0	100
Totales		44	23	47,73

Fuente: elaboración propia. Búsqueda en ISBN.

Los datos recogidos y analizados (tabla IV) responden a la necesidad de averiguar la cantidad y la calidad de la producción científica en esta línea de investigación:

- En términos de cantidad, se seleccionan algunos indicadores bibliométricos: productividad total y diacrónica, productividad por institución, productividad por autores y grado de multiautoría (Fernández y Bueno, 1998). Se extrae, también, el número de mujeres autoras.
- En términos de calidad, de acuerdo con las pautas valorativas contempladas por la CNEAI (Ministerio de Educación, 2009) y la ANECA (2007:4-5) para las Ciencias Sociales, se analiza:

- La productividad por tipo de trabajo (artículos, libros y tesis).
- La productividad según categorías de artículos, distinguiendo entre «originales», «revisiones» y «otros». Los dos primeros son los considerados «ítems citables» por la *Web of Science*. Como «revisiones», sólo se han incluido las que realizan búsquedas sistemáticas empleando el método IMRYD (Introducción, método, resultados y discusión) (Day, 1996).
- La productividad según categorías de libros, distinguiendo entre «manuales» y «monografías».

- Las tesis que han sido publicadas.
 - Los artículos según la categoría de la revista, empleando la clasificación ISOC: revistas tipo A, B y C. Esta clasificación combina criterios subjetivos, como la valoración por el PUYPI (Profesorado universitario y personal investigador del CSIC) con criterios objetivos, considerados por la CNEAI (Ministerio de Educación, 2009), y por DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas), base de datos que la ANECA emplea como referencia de calidad de las publicaciones españolas.
 - La metodología utilizada en los trabajos analizados: Se diferencia entre cualitativa (con estrategia de recogida de información no estructurada) y cuantitativa (información estructurada o codificada) (Valles, 1997; Cea D'Ancona, 1996).
 - La productividad por autores y tipo de trabajo. Este último indicador no se utiliza para comparar entre profesiones (objetivo 2).
-
- Se averigua el tipo de trabajo y el método según tenga o no financiación, pública o privada, y el ámbito geográfico de las investigaciones.
 - En cuanto a los temas tratados, se pretende conocer los más estudiados. Estos son identificados previa lectura de los trabajos analizados. Se detectan un total de nueve temas:
 - «Sistemas y Procesos»: estructura de empresa, condiciones laborales (sistema) y rutinas de trabajo (procesos), según la Teoría General de Sistemas (Bertalanffy, 1976).
 - «Perfiles profesionales»: se utilizan los contenidos en el libro blanco de los títulos de grado en ciencias de la comunicación (ANECA, 2004). En el caso de Publicidad y Relaciones Públicas, motivado por la lectura de los trabajos, se añaden dos perfiles: «Ejecutivo de Cuentas» y «Planificador estratégico».
 - «Regulación»: Legislación general, códigos deontológicos, organismos de autorregulación, asociaciones y colegios profesionales.
 - «Evolución histórica»: Origen y el desarrollo de las profesiones.
 - «Formación académica»: Necesidades formativas aparejadas al ejercicio profesional.
 - «Status de profesión»: Concepto de profesión y sus rasgos distintivos (Martín y De Miguel, 1984).
 - «Prestigio ocupacional»: Derivado del status de profesión (Fernández, 2001).
 - «Relaciones Públicas»: Entendida como disciplina con un corpus teórico propio (Sánchez, 1986: 25).
 - «Género»: Enfoque transversal y factor explicativo en el estudio de la posición de los profesionales en comunicación (i.e. Martín, 2007; Papí, 2008).

TABLA IV
Ficha de recogida de información

Variables	Categorías (etiquetas)
Profesión	Periodismo, publicidad y RRPP, comunicación audiovisual.
Tipo de trabajo	Artículo, libro, tesis.
Categorías artículos	Originales, revisiones, otros.
Categorías libros	Monografías, manuales.
Categorías tesis	Libro, libro electrónico, inéditas.
Autor	(Codificación abierta).
Año	(Número).
Institución	Universidades y otros organismos públicos y privados.
Revista	A, B, C.
Método	Empíricos (Revisiones, cuantitativos, cualitativos, cuantitativos y cualitativos) y no empíricos (teóricos).
Ámbito geográfico	Local, nacional, europeo, internacional.
Investigación subvencionada	Sí, no.
Organismo que subvenciona	(Codificación abierta).
Número de autores	(Número).
Número de mujeres	(Número).
Tema	Sistemas y procesos, perfiles profesionales, regulación, evolución histórica, formación académica, concepto de profesión, prestigio, RRPP, género.

Fuente: elaboración propia.

Se ha empleado el SPSS 15.0., obteniéndose frecuencias relativas y absolutas, media, y desviación típica. Se realizan tablas de doble entrada para relacionar variables y establecer comparativas.

3. Resultados

3.1. Evolución de los estudios

En todo el período analizado, se han recuperado 104 documentos que se ajusten a los criterios establecidos.

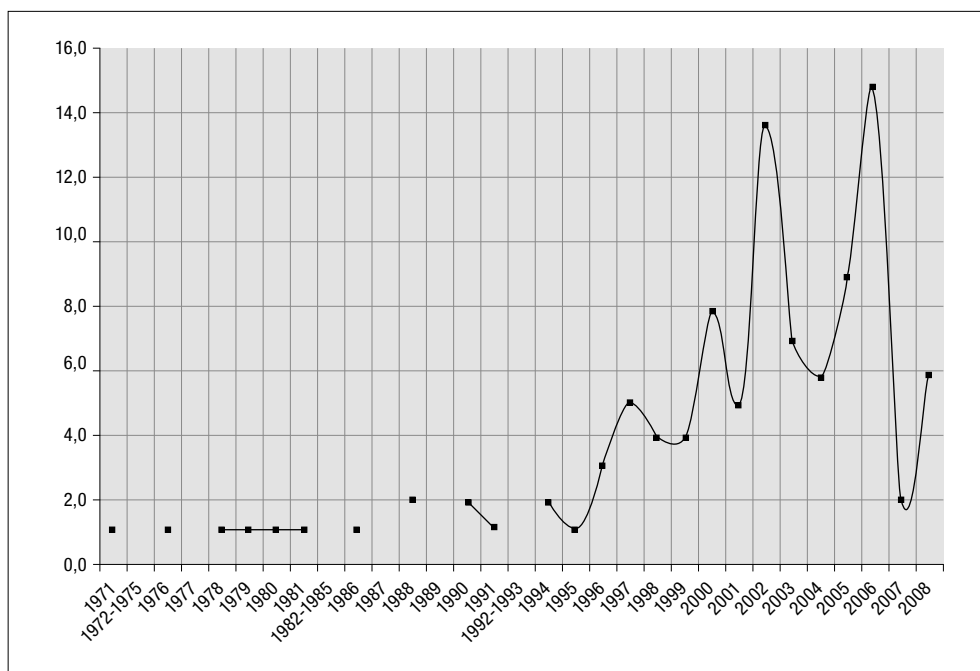
La tasa de artículos publicados sobre las profesiones de comunicación es de 1,35%. Este dato se calcula sobre el total de artículos publicados en las revistas

de comunicación contenidas en la base de datos ISOC, que es de 3.787. Para la selección de estas revistas se realizó un primer listado en cuya «clasificación UNESCO» aparecía la Comunicación, el Periodismo o la Publicidad. Este listado se completó y depuró mediante un análisis contrastivo con otras fuentes, como DICE-RESH (Difusión y calidad Editorial de las revistas españolas de Humanidades, Ciencias Sociales y Jurídicas Revistas Españolas de Ciencias Sociales y Humanas) e In-Recs (Índice de impacto Revistas Españolas de Ciencias Sociales). Se constató que la base de datos incluye casi todas las revistas de este campo, en total, 22 («Ámbitos», «Análisis», «Anuario de Dpto. Historia», «CIC», «Comunicación y Estudios Universitarios», «Comunicación y Hombre», «Comunicación y Sociedad», «Comunicación», «Comunicar», «Cuadernos de Sección», «Doxa», «Estudios sobre el Mensaje Periodístico», «I/C», «Mediatika», «Quaderns de Filología», «Questiones Publicitarias», «Revista de Ciencias de la Información», «Trípodos», «Zer», «Telos», «Red Iris», «Iris»).

Diacrónicamente, la productividad es discontinua durante los primeros 22 años (figura 1). A partir de 1994 la producción anual es constante. La tendencia global es creciente y cíclica. En los últimos años los ciclos son más cortos y muy pronunciados. Destacan dos años: 2002 y 2006.

FIGURA 1

Productividad diacrónica. Todos los trabajos



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la productividad por institución, sólo se conoce la procedencia de 22 trabajos. Los autores pertenecen a un total de 28 universidades y 6 organismos públicos y privados, entre los que se encuentran el CIS, asociaciones profesionales, institutos de investigación y cadenas de televisión. Estos datos apuntan a las universidades como los centros en los que se origina fundamentalmente la producción científica.

Hay un 50% de instituciones con una sola publicación. Entre las instituciones más productivas, aquéllas que tienen como mínimo 4 trabajos (publicaciones+tesis) se encuentran: la Universidad Complutense de Madrid (25 trabajos), la Universidad del País Vasco (6), la Universidad de Alicante, la Autónoma de Barcelona, el CEU San Pablo de Valencia (5) y la Universidad de Sevilla (4).

Por autores, se han contabilizado un total de 135 investigadores y profesionales. Se incluye una única obra colectiva, en la que firman 35 autores. Entre todos ellos, 22 son mujeres (16,29%).

Hay 6 autores, los más productivos, que tienen 3 contribuciones. Sólo un autor, M.^a Luisa Humanes (si se incluye el capítulo de libro de la obra colectiva referida) tiene 4 aportaciones (tabla 5). Los 129 autores restantes poseen entre 1 (el 67%) y 2 contribuciones (30%).

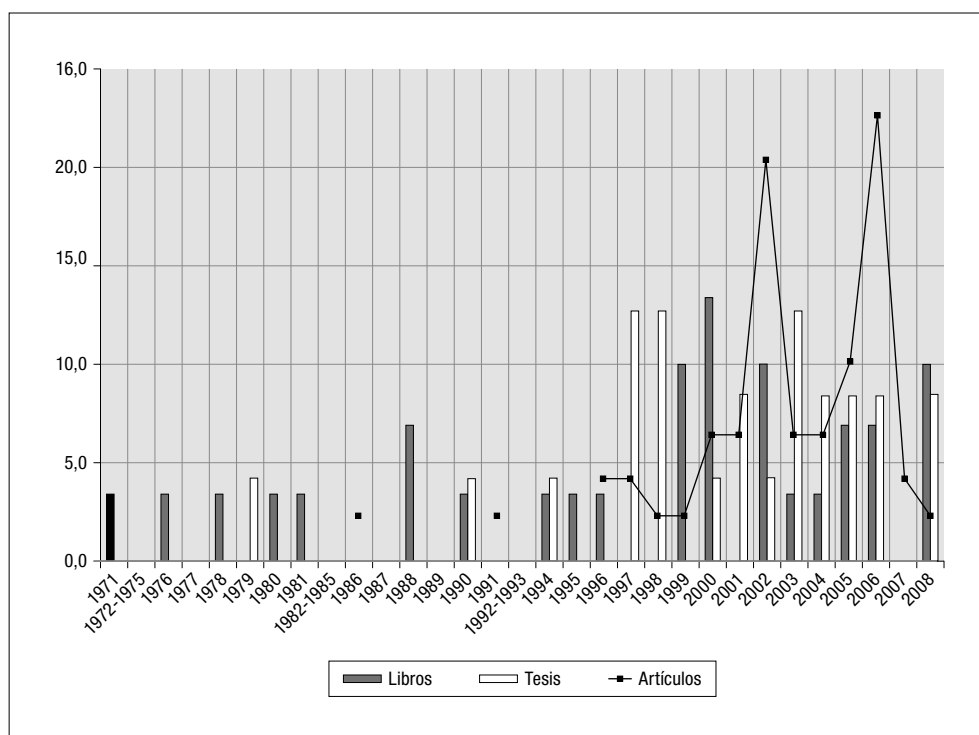
No se observa una gran colaboración entre autores. El grado de multiautoría es de 1,3 por trabajo (desv. típ. = 1,025). Se han excluido los casos en los que no puede saberse porque se trata de instituciones y el caso extremo, la obra colectiva.

El número de trabajos asciende a 50 artículos, 31 libros y 23 tesis. Se advierte que no hay un volumen mayor de libros publicados que de artículos.

Entre todos los trabajos, el número de artículos es mínimo antes de 1996. En los años detectados como los más productivos (2002 y 2006) son los artículos los que destacan (figura 2). Igualmente, hasta 1998 no hay una producción significativa de tesis doctorales por año. Así, los libros son el formato elegido para las primeras publicaciones y, con altibajos, están presentes en casi todo el período. De hecho, 2008 cierra con un nivel de publicaciones en ISBN comparativamente elevado, con un porcentaje muy similar en tesis defendidas y, en cambio, con sólo dos artículos publicados. También destaca el año 2004 por el descenso brusco en publicaciones (artículos y libros) a favor de las tesis, y el año 2007 en el que no sólo cae el número de artículos sino que hay carencia tanto de libros como de tesis (véase figura 2).

Referente al tipo de publicación, entre los libros, hay 29 «monografías» y un «manual». Con respecto a las tesis, el 78,3% de las mismas son inéditas. Cuatro de ellas son «libros publicados» y una es un «libro electrónico».

La productividad según categorías de artículos muestra 9 «artículos originales», 2 de «revisión» y 39 en «otros» (aquellos artículos que no son empíricos, ni son revisiones sistemáticas, por lo que no son «ítems citables para la Web of Science»). En cuanto a su clasificación, 7 artículos estarían en revistas de la categoría A (9%). Además, 12 (24%) se ubican en la categoría B y 26 (52%) en categoría C. El 10% (5 artículos) restante no puede saberse, ya que la base de datos no introduce la categoría de la revista.

FIGURA 2*Productividad diacrónica por tipo de trabajo*

Fuente: elaboración propia. La barra negra (1971) indica que se trata de un libro inédito.

En lo relativo a la metodología, se incluye un 64,4% de trabajos «teóricos». Un 10,6% de trabajos son «empíricos cualitativos y cuantitativos». El 8,7% utilizan metodologías que los hacen ubicarse en los «empíricos cuantitativos». El 4,8% son «empírico cualitativo». Un 2,9% se puede catalogar como «revisiones». Entre todos ellos, se desconoce el método de 9 (8,7%), al tratarse de tesis doctorales sin publicar de las que sólo se dispone del índice.

Al cruzar los autores más productivos por tipo de trabajo, se observa que ninguno de ellos tiene más de dos artículos (tabla V). En concreto, sólo 5 autores tienen dos 2 artículos (10%): Hugo Aznar, Jorge del Río, Aurora Labio, Luís Núñez y Elena Real. La mayor parte tienen sólo un artículo (72,35%). Un 17,65% de autores no han publicado ningún artículo, y su contribución se circunscribe a libros, capítulos o tesis. De todos los autores de tesis doctoral, 24 en total, 3 tienen además publicado al menos 1 artículo, de manera que el porcentaje de aquellos autores con tesis doctoral y sin ningún artículo publicado sobre el total es de 87,5%.

TABLA V
Autores más productivos

Autor	Artículos	Libros	Tesis	Capítulo
Humanes, Maria Luisa	1	1	1	1
Aznar, Hugo	2	1		
Bezunartea, Ofa	1	2		
Ramos, Luis Fernando	1	1	1	
Real, Elena	2		1	
Instituto Nacional de Publicidad		3		
Del Rio, Jorge	2			
Labio, Aurora	2			
Núñez, Luis	2			

Fuente: elaboración propia.

3.2. Producción científica por profesiones

El área más prolífera ha sido Periodismo con 70 trabajos, frente a Publicidad (29) y Comunicación Audiovisual (5). Con todo, el primer estudio relacionado con el estado de la profesión es en Publicidad, firmado por el Instituto Nacional de Publicidad en 1971. Se trata de una investigación inédita. El primer texto sobre profesión en Periodismo es una tesis de 1979. Hasta el año 2000 no aparece el primer estudio sobre profesión en Comunicación Audiovisual. En esta ocasión se trata de un libro (manual) publicado por el Instituto Oficial de Radio y Televisión.

La tabla VI muestra el porcentaje de trabajos por profesión con respecto al total analizado. Se observa que en el caso de Periodismo y Publicidad predominan los artículos, seguidos de los libros y las tesis.

TABLA VI
Porcentaje por profesión y tipo de trabajo

	Periodismo		Publicidad		Comunicación audiovisual	
	N	%	N	%	N	%
Artículos	33	47	15	52	2	40
Libros	20	28	8	28	3	60
Tesis	17	25	6	20	0	0
Total	70	100	29	100	5	100

Fuente: elaboración propia.

De los 9 únicos «artículos originales», 7 lo son en Periodismo y 2 en Publicidad-Relaciones Públicas. Los 2 artículos de «revisión» son de Publicidad y Rela-

ciones Públicas. Así, Publicidad sigue teniendo un porcentaje algo mayor de artículos que Periodismo (27% entre el total de artículos publicados en Publicidad) que son considerados como ítems citables por la *Web of Science* (tabla VII).

Referente al tipo de libro, 19 monografías son en Periodismo y 8 en Publicidad-Relaciones Públicas. Todos los libros son considerados monografías de investigación en estos dos campos. El «manual» es en Comunicación Audiovisual. Y uno es una lección magistral de apertura de curso académico en Periodismo.

Finalmente, con respecto a las tesis inéditas, 13 son en Periodismo y 5 en Publicidad-Relaciones Públicas. En Periodismo hay 3 tesis publicadas como libro y 1 como libro electrónico. Publicidad tiene sólo una tesis publicada. En este caso, Periodismo consigue visibilizar en mayor medida los resultados de la investigación básica que Publicidad.

Por otra parte, Periodismo tiene, en términos absolutos, más artículos en revistas A + B que las otras dos profesiones. Así, 6 artículos de esta titulación y 1 de Publicidad-Relaciones Públicas aparecen en revistas A.; 5 artículos (frente a 6 de Publicidad-Relaciones Públicas y 1 en Comunicación Audiovisual) en revistas B y 19 (versus los 6 en Publicidad-Relaciones Públicas y el 1 en Audiovisual) en la categoría C. En Periodismo hay 3 artículos en revistas sin clasificar por la base de datos y 2 en Publicidad.

En lo relativo a la metodología, 46 son trabajos teóricos en Periodismo, 17 en Publicidad-Relaciones Públicas y 4 en Audiovisual y, de entre todos ellos, se desconoce el método de 7 en Periodismo y 2 en Publicidad. En consecuencia, la mayor parte de trabajos, en todos los casos, son teóricos, pero hay una mayor representación de aquellos considerados empíricos y de revisión en Publicidad-Relaciones Públicas (véase tabla VII).

3.3. Otras características explicativas

Sólo las investigaciones empíricas tienen algún tipo de financiación. De los 25 estudios empíricos, el número de investigaciones subvencionadas es de 12 (48%) (7 Periodismo, 4 Publicidad, 1 Comunicación Audiovisual). La financiación procede de 8 organismos públicos y del Colegio de Periodistas de Cataluña, que financia 2 trabajos. Aquellos trabajos con financiación pública o privada tienen un grado de multiautoría mayor (media = 2,89 y desv. típ. = 2,088).

El ámbito de las investigaciones es predominantemente nacional (71,2%), seguido de local (15,4%), internacional (11,5%) y europeo (1,9%). Por tanto predomina el nacional frente al local.

3.4. Temas tratados

Los más abordados son, por orden: «Sistemas y Procesos» (36,5%), «Regulación del ejercicio profesional» (31,7%), «Concepto de profesión» (10,6%), «Evolución histórica» (8,7%) y «Perfiles profesionales» (6,7%).

TABLA VII
Porcentaje por profesión y tipo de trabajo mejor valorado

	Periodismo		Publicidad y relaciones públicas		Comunicación audiovisual	
	N	%	N	%	N	%
<i>Categoría de los trabajos</i>						
Artículos originales + revisión	7	21	4	27	0	0
Monografías	19	95	8	100	0	0
Tesis publicadas como libro	4	24	1	17	0	0
<i>Clasificación revista</i>						
Artículos en revista tipo A + B	11	33	7	4	1	50
Artículos en revista tipo C	19	5	6	40	1	50
<i>Metodología aplicada</i>						
Trabajos no teóricos	17	24	10	34	1	20
Trabajos teóricos	46	66	17	59	4	80

Fuente: elaboración propia.

Nota 1: Los porcentajes se calculan sobre los totales a los que se refiere cada celda. Por ejemplo, en la columna de Periodismo, el 21% se corresponde con el porcentaje de artículos originales y de revisión sobre los artículos totales de periodismo. El 100% se calcula sobre los libros y el 24% sobre todas las tesis de periodismo. El 33% se calcula sobre todos los artículos de periodismo y el 24% sobre todos los trabajos de periodismo.

Nota 2: Se incluyen también los artículos en revista tipo C y los trabajos teóricos porque en estas variables hay artículos y trabajos sin catalogar en el total sobre el cual se extraen estos porcentajes.

Dentro del área «Perfiles profesionales», en Periodismo, de los 9 trabajos 5 corresponden al perfil de «Gestor de portales y editor de contenidos (Periodista digital)», 3 a «Investigador, docente y consultor en comunicación» y 1 a «Redactor de información periodística en cualquier tipo de soporte».

En Publicidad, de los 11 trabajos, 6 se centran en el perfil «Creativo y diseñador», 2 en «Cuentas», 2 en «Planificador estratégico» y uno en «Investigadores, planificadores, compradores de medios».

Finalmente, en Comunicación Audiovisual, de los 3 trabajos, 2 corresponden al perfil «Investigador, docente y experto en estudios audiovisuales» y uno a «Diseño de producción y posproducción visual y sonora».

4. Discusión

Comenzaremos la discusión de este trabajo planteando algunas de las limitaciones que hemos encontrado para analizar la producción científica sobre las profesiones de comunicación, que impelen a su vez, futuras investigaciones. La

idiosincrasia de la investigación en comunicación y las características de las bases de datos manejadas, han impuesto parte de esas limitaciones metodológicas, lo que pudiera repercutir en los resultados. Además, las fuentes a las que se ha recurrido son españolas, partiendo del supuesto de que los trabajos centrados en las profesiones de comunicación en nuestro país estarán recogidos en bases de datos nacionales. Cabría plantear el mismo trabajo en bases de datos extranjeras y garantizar así que no se pierde nada de información. Pese a esto, las referencias identificadas permiten valorar aspectos relativos al objeto de estudio habida cuenta de las estrategias de búsquedas aplicadas.

Hecha esta consideración metodológica, cabe reflexionar sobre la distribución irregular a lo largo del tiempo de los trabajos analizados.

Así, en contextos de cambio —que no coinciden sin embargo con las reformas universitarias— se observa aumento de la productividad científica (H1). De esta forma, en una primera fase, de 1970 hasta 1990, existen escasos estudios, y ni siquiera la ley de reforma universitaria de 1983 propicia un aumento de la producción.

Es en una segunda fase, década de los noventa, cuando se produce el despegue de la producción científica. Es la discusión sobre la identidad profesional (previa incluso a la aparición de las facultades) lo que incita la producción científica en el caso de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas. Sin embargo, esto no sucede con Comunicación Audiovisual, cuya delimitación es más ambigua y donde la profesión no parece suscitar el interés de la comunidad científica.

Finalmente, es en la tercera fase (en torno al 2000), después de la aprobación de la LOU, cuando se detectan los mayores picos de producción. En efecto, a partir de 1995 se observa una lenta crecida de la producción científica, paralela a las necesidades de consolidación del personal docente e investigador incorporado con la eclosión de titulaciones en comunicación en España. Pero esta tendencia se dispara en 2002 con el «efecto ANECA». Así, si bien ya existía, al amparo de la LRU y desde 1989, la CNEAI, es a partir de 2002, con el nacimiento de esta agencia de evaluación, cuando el personal docente e investigador parece tomar plena conciencia de la importancia de la investigación en su camino hacia la promoción académica. A este «esclarecimiento» colectivo, hay que añadir la llegada de los recién titulados de las distintas carreras de comunicación a los programas de doctorado (que redundan en un mayor número de tesis doctorales y de publicaciones científicas derivadas de las mismas) y el aumento de la financiación pública proveniente del Plan Nacional (que en el trienio 2004-2006 concede un total de 375 proyectos al área de Ciencias Sociales, frente a los 144 del trienio 2003-2005). No obstante, los proyectos con temática de comunicación dentro de esta financiación son aún muy escasos, concretamente 9 en el primer trienio citado y 4 en el segundo (Martínez Nicolás, 2009: 9). La forma cíclica o irregular de la producción lleva a considerar también que la estructura y la dinámica de las revistas científicas en Ciencias Sociales y en Comunicación está afectando a la visibilización de los resultados.

Sincrónicamente, tal y como se suponía en la segunda hipótesis (H2), el Periodismo es la profesión más estudiada. Podría deberse a la mayor tradición en el debate sobre la licencia y potestad en España. De hecho, son los «sistemas y procesos» y las «fórmulas de autorregulación» los temas más analizados. Queda al margen prácticamente de la investigación los perfiles profesionales (que empiezan a cobrar más relevancia en el contexto de la sociedad de la información).

Los estudios recuperados han sido de tres tipos: artículos, libros y tesis. La escasa traducción de las últimas en los primeros y segundos (casi el 80% de los trabajos doctorales permanecen inéditos y casi el 90% de autores en este campo no tienen ni un artículo publicado), el hecho de que en nueve de los trabajos rescatados no se pueda ni siquiera detallar la metodología, el nivel de las revistas seleccionadas, y el bajo índice de coautoría, permiten aventurar el nivel científico de los mismos y corroborar la hipótesis de que la mayor parte de los estudios sobre las profesiones no se ajustan a los criterios de calidad exigidos por agencias evaluadoras (H3). Por otra parte, tal y como se suponía, los textos valorados han sido eminentemente teóricos, hecho que impediría en futuras investigaciones realizar una síntesis cuantitativa de los datos (meta-análisis), como suele suceder en las ciencias naturales. En este sentido, cabe destacar que únicamente las investigaciones empíricas han obtenido algún tipo de financiación. Del total de los trabajos subvencionados, 11,54% (12), un 9,6% (10) han sido financiados por organismos públicos. El 1,9% restante (2), por organismos privados, concretamente por el Colegio de Periodistas de Cataluña. El mayor número de autores en los estudios financiados muestra la envergadura del trabajo, y la necesidad, por tanto, de realizarlo en equipo. La financiación puede ser considerada, pues, como un indicador de calidad y un reflejo de la relevancia del tema. Por titulaciones, la valoración de las diferencias en los indicadores de calidad halladas debe realizarse teniendo en cuenta el escaso número de trabajos ubicados en cada campo. En términos comparativos, Publicidad y Relaciones Públicas tiene más artículos originales y de revisión que Periodismo, más artículos en revistas tipo A y B y mayor número de trabajos no teóricos. Periodismo, por su parte, tiene más tesis publicadas como libro. Por tanto, las diferencias entre ambas profesiones se pueden considerar leves, confirmándose la cuarta hipótesis (H4). En el caso de Comunicación Audiovisual no se puede extraer conclusiones, ya que el número de trabajos, en general, y de calidad, en particular, es muy escaso.

En el contexto de un sistema universitario cuyos pilares se asientan en la homogeneidad en la oferta de estudios, se hace necesario aumentar tanto la cantidad como la calidad de las investigaciones sobre la profesión de comunicador para realizar planes de estudios «basados en evidencia». En este sentido, cabe destacar la importancia de los estudios bibliométricos aplicados en Ciencias Sociales, y más concretamente en Comunicación, que contribuyen a dibujar un «mapa real» de la disciplina. Las posibilidades que ofrece la bibliometría están condicionadas por la informatización de los documentos, por lo que las bases de datos desempeñan un papel fundamental en este contexto. Las limitaciones de las fuentes documentales en Ciencias Sociales y el carácter más localista de

la investigación podría explicar el hecho de que estos estudios no estén tan extendidos en este ámbito, aunque la tendencia es cada vez más creciente (Rubio Liniers, 1999; Rodríguez Yunta y Abejón Peña, 2010). El camino hacia la mejora de la calidad en la producción científica en las profesiones de comunicación pasa por el estudio exhaustivo de dicha producción, y la bibliometría constituye, en este proceso, una herramienta de análisis muy eficaz.

Así, a la luz del análisis de la calidad de los estudios revisados, habría que reforzar ciertas prácticas. Se precisa aumentar el número de artículos en revistas científicas y de investigaciones empíricas, tanto nacionales como internacionales, en todos los temas relacionados con el estudio de las profesiones de comunicación pero, en concreto, con los perfiles profesionales. Se debe fortalecer la formación de los investigadores en la metodología de la investigación social (Moragas, 2000; Martínez Nicolás, 2009). Asimismo, para todo ello, es imprescindible obtener una mayor financiación de los trabajos, tanto por parte de organismos públicos como de los privados.

Dado el escaso interés suscitado por las profesiones de comunicación en la comunidad científica española, pero el importante papel desempeñado por éstas en la sociedad y su eclosión en las últimas décadas, hay que revisar los planteamientos en los que se sustenta la enseñanza universitaria en comunicación. El axioma de los vínculos entre el ejercicio profesional, la investigación y la formación académica no parece respetarse en el caso de la comunicación y cobra especial relevancia en el entorno de la Convergencia europea.

Asistimos a un período convulso donde aparecen y se consolidan nuevos perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación (Flores, 2009). Este escenario cambiante, en continua evolución, es del todo propiciatorio para centrar la atención de la comunidad científica, y de instituciones públicas y privadas, en cuestiones relativas al ejercicio de aquellas profesiones cuyo fin último es la comunicación social.

5. Bibliografía

- ANECA (2004). Libro blanco de los títulos de grado en comunicación (http://www.aneca.es/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf) [consulta: 20-06-2010].
- ANECA (2007). Programa de evaluación de profesorado. Principios y orientaciones para la aplicación de los criterios de evaluación (http://www.aneca.es/media/184458/pep_nuevo_principios_07020120.pdf) [consulta: 22-06-2010].
- Bernal, E. (2001). La revisión sistemática de la evidencia científica. *Quaderns de Salut Pública i Administració de Serveis de Salut*, 16.
- Bertalanffy, L. (1976). *Teoría General de los Sistemas*. México: FCE.
- Cea D'Ancona, M. (1996). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- Cué Brugueras, M.; Díaz Alonso, G.; Díaz Martínez, A. G. y Valdés, M. C. (1996). El artículo de revisión. *RESUMED*, 9, 86-96. (http://bvs.sld.cu/revistas/res/vol9_2_96/res0296.pdf) [consulta: 23-01-2010].

- Day, R. (1996). *Cómo escribir y publicar trabajos científicos*. 2.^a ed. Washington: Organización Panamericana de la Salud.
- Declaración de Bolonia (1999). Declaración conjunta de los Ministros Europeos de Educación reunidos en Bolonia. (<http://universidades.universia.es/fuentes-info/documents/bolonia.htm>) [01-02-2010].
- Fernández, J. (2001). Elementos que consolidan el concepto de profesión. Notas para su reflexión. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 3 (2) (<http://redie.uabc.mx/vol3no2/contenido-fernandez.html>) [consulta: 08-05-2010].
- Fernández Cano A. y Bueno, A. (1998). Síntesis de estudios bibliométricos españoles en educación. Una dimensión evaluativa. *Revista Española de Documentación Científica*, 21 (3), 269-285.
- Flores, J. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, 33, 73-81.
- Hughes, E. (1971). *The sociological eye: Selected paper on work, self and the study of society*. Chicago: Aldine-Atherton.
- JBIBENM (2001). An Introduction to Systematic reviews. *Ghanghing practice*, 1, 1-6 (http://www.isciii.es/htdocs/redes/investen/pdf/jb/2000_Sup1.pdf) [consulta: 03-03-2010].
- Jones, D. (1998). Investigación sobre comunicación en España: evolución y perspectivas. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 5, 13-51.
- Martín-Llaguno, M.; Beléndez, M. y Hernández, A. (2007). *La mujer y las agencias de publicidad*. Madrid: AEAP (<http://www.aeap.es/publicaciones/publicaciones.asp>) [consulta: 08/05/2010].
- Martín-Moreno, J. y De Miguel, A. (1984). *Sociología de las profesiones*. Madrid: CIS.
- Martínez Nicolás, M. (2009). La investigación sobre comunicación en España: Evolución histórica y retos actuales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 1-14 (http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/01_800_01_investigacion/Manuel_Martínez_Nicolás.html) [consulta: 12-02-2010].
- Moragas i Spá, M. (2000). Estructura i polítiques de comunicació. Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació (UAB). *Universitat i periodisme. Actes de les jornades sobre continguts acadèmics i docència a la llicenciatura de periodisme*. Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, 45-48.
- Moragas i Spá, M. (2005). Investigación de la comunicación y política científica en España. *Ponencia presentada en la Reunión Científica de la Sociedad Española Periodística (SEP)*. Santiago de Compostela.
- Ministerio de Educación (2007). Informe: El concepto de «profesión regulada» a que se refiere el documento «la organización de las enseñanzas universitarias en España».
- Ministerio de Educación (2009). Resolución de 18 de noviembre de 2009 de la CNEAI. BOE, 289; 102491-102505 (<http://www.boe.es/boe/dias/2009/12/01/pdfs/BOE-A-2009-19218.pdf>) [consulta: 19-03-2010].
- Nederhof, A. J. (2005). Bibliometric monitoring of research performance in the Social Sciences and the Humanities: a review. *Scientometrics*, 66, 81-100.
- Osca, J., y Mateo, M. E. (2003). Difusión de las revistas españolas de Ciencias Sociales y Humanidades. *Revista general de información y documentación*, 13, 115-132.
- Papí-Gálvez, N. (2008). *El género entre bastidores. El caso de las periodistas de la Comunidad Valenciana*. Alicante: Universidad de Alicante.

- Real, E. (2003). *Formación y ejercicio profesional del periodista en la España del siglo XXI dentro del marco de la Unión Europea*. Tesis doctoral. Departamento de Periodismo III. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Rodríguez Yunta, L. y Abejón Peña, T. (2010). El análisis bibliométrico de la producción española en Ciencias Sociales y Humanas. ¿Contamos con las fuentes necesarias? *Revista Española de Documentación Científica*, 33 (1), 151-155. (<http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/532/590>) [consulta: 25-01-2011].
- Rubio Liniers, M. C. (1999). Bibliometría y Ciencias Sociales. *Clío*, 7. 9 (<http://clio.rediris.es/articulos/bibliometria.htm>) [consulta: 08-03-2010].
- Sánchez Guzmán, J. R. (1986). *Tratado general de Relaciones Públicas*. Madrid: Fundación Universidad-Empresa.
- Valles, M. S. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Síntesis Sociológica.